

符号作为媒介：论皮尔斯后期的传播哲学思想^{*}

赵星植

摘要：皮尔斯的传播哲学被认为构成了其符号学说的支撑基础，甚至是其实效主义思想的基本出发点。不少学者从修辞学、逻辑学、语言哲学、传播学等角度论证这一观点。笔者则另辟蹊径，认为皮尔斯在晚年提出的“符号即传播的媒介”这一论断，是理解皮尔斯符号交流论的关键概念，因为它从根本上厘清了符号过程的内部与外部活动机制。而要厘清这一概念及其重要影响，则必须从皮尔斯后期的符号学、传播哲学与实效主义的多重视角回顾符号传播活动的本质。本文提出，皮尔斯后期用媒介概念置换符号，系统阐明符号活动的双向媒介化活动，确定了以使用与交流为核心的传播目的论。而这种传播目的之本质，就是皮尔斯后期符号学与其实效主义思想充分融合，由此形成了一种具有革新意义的符用意义论。

关键词：皮尔斯，符号，媒介，传播目的论，实效主义

Sign as the Medium: On Peirce's Later Philosophy of Communication

Zhao Xingzhi

Abstract: Charles Sanders Peirce's philosophy of communication is often regarded as a fundamental underpinning of his semiotic theory and even a primary foundation of his pragmatic thought. Numerous

* 本文为国家社科基金一般项目“数字时代符号学新发展研究”（24BWW005）阶段性成果。

scholars have explored this view from various perspectives, including rhetoric, logic, philosophy of language, and communication studies. This paper, however, offers a novel perspective by arguing that Peirce's later assertion that "sign are the medium of communication" is a crucial concept for understanding his semiotics of communication. This assertion fundamentally clarifies both the internal and external mechanisms of the semiosis. To fully grasp this concept and its implications, it is essential to examine the nature of semiosis through the lenses of Peirce's later semiotics, communication philosophy, and pragmatism. This study proposes that Peirce's later conceptualization of media as a replacement for signs systematically elucidates the bidirectional mediating activities of semiosis, thereby establishing a teleology of communication centered on usage and interaction. This teleology represents the synthesis of Peirce's later semiotics with his pragmatism, resulting in a novel and transformative theory, that is, Pragmatic Theory of Meaning.

Keywords: Charles Sanders Peirce, sign, media, teleology of communication, pragmatism

DOI: 10.13760/b.cnki.sam.202501006

一、“符号作为媒介”及其争论

符号学创始人、美国哲学家与逻辑学家皮尔斯 (Charles Sanders Peirce, 1839—1914) 大约自 1905 年起, 在手稿中^①逐渐采用与此前不同的术语讨论符号和符号活动过程。这些术语明显地带有传播或交流特征, 例如 “medium” “communication” “dialogue” 等术语。这种转向在其晚年的手稿中非常突出。例如, 皮尔斯在编号为 MS 793: 1-3 (1905) 的三张手稿中指出 “符号应当被定义为形式 (form) 之传播的媒介”, 作为媒介的符号在本质上 “与被决定的对象, 和它决定的解释项, 是一种三元关系”。并且, 在这种符号媒介过程中, “从对象经由 (through) 符号被传播 (communicated) 到解释项的东西就是形式 (form)”。他甚至在另一篇手稿中反思: “我所有的概念都

^① 本文所引用的手稿, 除非单独声明, 均为笔者在哈佛大学霍顿图书馆整理所得。手稿编号根据国际通行的理查·罗宾版的手稿索引目录, 文中标注记为 “MS 手稿序号”。

太过狭义，或许我不该称之为符号，而改叫媒介（medium）？”（MS 339，1906）

应当首先指出的是，皮尔斯所谓的“媒介”或“媒介化”（mediation）并非报纸、网络、电视等媒介技术，而是从传播过程强调符号的媒介化特性。符号即媒介，具体是指符号在对象和解释项之间所起到的媒介化作用，是对象的意义得以传播和接收之关键。皮尔斯的这一论断，遭遇了正反两方面的意见。持赞同意见的学者如 Jensen（2022），Lizska（2016），Bergman（2009），Pietarinen（2006）等，认为皮尔斯符号媒介传播论标志着其后期成熟的动态符号学体系的形成。国内也有学者持类似观点。例如，唐小林的《符号媒介论》（2015）在重新梳理皮尔斯符号定义基础上，提出“符号即媒介”“符号化即媒介化”“艺术即媒介”等重要观点。胡易容与韩嘉祥（2022）则提出艺术媒介与符号形式互为表里。持反对意见的学者，则主要集中在如下两个方面反思其符号传播的媒介观：

第一类批评主要集中在皮尔斯的传播观，以哈贝马斯（Jurgen Habermas）为代表。哈贝马斯是最早集中讨论皮尔斯传播哲学思想的学者之一，他的相关评价主要来自专文《皮尔斯与交往》（Peirce and Communication），后收录于专著《后形而上学》（1995），作为其中的一节。哈贝马斯认为，皮尔斯用“心灵”（mind）代替了具有社会人格意义的发送者与解释者，从而使得交往过程彻底抽象化。“他想使符号的解释抽象地概念化，从而脱离说者和听者的语言交往模式，甚至脱离人类大脑的基础。”（Habermas，1995）这导致“符号和解释者之间的关系也被吸收，没有丝毫进入所谓的解释性关系的痕迹”（Habermas，1995）。

哈贝马斯认为皮尔斯的这一做法“留下的是没有个性的符号序列之流”（Habermas，1995）。他认为皮尔斯忽略解释者而强调符号给其带来的心灵效力，这使解释者只能在无限衍义的三元关系中无止境地周旋而没有出路。由此，符号的意义只能在解释者心中进行无止境的发展，这恰恰忘记了解释者为探究符号意义在具体交际语境中所做的互动努力。他认为这是由于皮尔斯从“认识论意义上”解释符号这一理论侧重点所造成的结果。

第二类批评主要集中在皮尔斯的“符号即媒介”概念，以美国符号人类学者帕门蒂尔（Richard Parmentier）为代表。他指出皮尔斯的这一定义使符号成为传递对象给解释项的媒介。这是一种因果决定论，而非皮尔斯在理论前期所强调的媒介再现论（mediate representation），从而导致符号学缺乏元理论层面的思辨。同时，该定义是把符号局限成一种携带意义或真相的载体

□ 符号与传媒 (30)

(vehicle), 由此符号成了符号三元关系中最被动的一环, 因而无法在意义生成活动上发挥能动性 (Parmentier, 2016, pp. 40 - 45)。

笔者认为, 要理解皮尔斯晚年的符号媒介与符号传播论, 恐怕要从皮尔斯的整体思想体系发展角度切入。皮尔斯的传播哲学思想与其晚年成熟的实效主义思想紧密关联。不理清上述脉络, 无法说明“符号即传播的媒介”的真正内涵, 也无法说清皮尔斯的传播思想会为当今的传播理论研究带来何种启示。

二、符号的双向媒介化过程

从定义上说, 皮尔斯的“媒介” (medium) 或“媒介化” (mediation) 概念几乎等同于他所谓的“第三性” (Thirdness) 范畴 (CP 1. 328^①; CP 2. 88; Peirce, 1976, p. 308), 这些概念主要用于概括符号活动的最一般特性。所谓“媒介化的符号” (mediating sign) 就是符号能把两个符号主体引入某个不可化约的三元关系之中。符号在对象和解释项之间进行中介、协调 (Peirce, 1998, p. 410)。

问题的关键在于, 符号自身如何在意义活动中起到媒介化作用, 且我们又应当如何在符号学框架内解释这一表意机制。并且还需要厘清, 用媒介代替符号不是术语替换, 而是皮尔斯符号学研究理路的转变。在皮尔斯看来, 任何符号均具有三个必要且相互关联的活动过程:

- (1) 符号必须关涉或指向某个事物 (符号的指称物/对象);
- (2) 符号必须传达它所关涉之事物的某些内容 (符号的基础)。
- (3) 符号所传达的内容必须对符号行为体 (其解释项) 产生“意指效力” (significate effect)。(CP 2. 274; Lszka, 1996, pp. 18 - 31)

正如他早年常提及的一种更加简单的说法, “任何事物都有某种特征”, “任何事物与某种事物有关联”, “每件事物都可以被某种事物理解, 或更严格地说, 被翻译” (Peirce, 1982, pp. 332 - 333)。可以大致将这三个过程概括为符号的两种基本功能: 决定 (determination) 与再现 (representation) (Short, 2007, p. 156; Bergman, 2009, p. 3; Queiroz & El-Hani, 2006)。其

^① CP 1. 328 表示《皮尔斯文选》第一卷第 238 段。本文遵照国际皮尔斯研究引用规则, 在引用哈佛大学八卷本《皮尔斯文选》(Collected Papers of Charles Sanders Peirce) 时采用此形式。下同。

大致的运动方向如下所示：

对象→符号→解释项：决定（determination）

解释项→符号→对象：再现（representation）

基于上述逻辑，所谓符号活动就是符号 - 对象 - 解释项按照这两种向量相向运动。观察符号在这两种过程中所发挥的具体作用，或许能说明皮尔斯所谓“媒介”或“媒介化”的根本含义。

首先是决定功能。它具体是指动力对象的信息通过符号的“约束”（constraints）“流向”（flow）解释者，进而对符号行为者产生意指效力（CP 5.473；CP 5.475；CP 4.531；CP 4.536；MS [R] 318：14 - 15）。正如皮尔斯所说，“为了使符号真正代表其所承诺代表的东西，它必须由该对象引起，或者用一个更广泛的术语来说，必须由该对象所决定；然后它必须以某种方式决定它所针对的心灵，使得该心灵反过来又间接地被该对象所决定”（Peirce, 1977, p. 36）。

决定功能可以说明符号决定过程中的媒介化作用。根据皮尔斯所论，“决定”（determination）是指对象作用于符号，符号又反过来作用于解释项。如此一来，符号就成为对象的媒介，将其作用力（如效果、形式、能量等）传递给解释项。皮尔斯于1909年写给詹姆斯的一封信中，把“determined”一词注解为“specialized”，即“限定”（CP 8.314）。在此意义上，所谓“对象决定符号”“符号又决定对象”，并不是对象产生或引起了符号，而是它的某些品格限定了符号的再现方式或者再现品格；同样，对象间接决定符号的解释项，表明符号与对象的相互关系共同框定了解释项的衍义路径。进一步推演，皮尔斯基于对象所进行的符号三分类即“像似符”“指示符”“规约符”，实质上是符号在决定过程中媒介化对象的三种基本方式，即像似、指示邻接、社会规约。

其次是再现功能，即符号从解释项到对象的再现过程。它关注的是解释项如何通过符号获取后者与对象的关联方式，进而获得符号意义。通过这个功能，符号能再现其对象的相关信息。在某些情况下，符号充当对象的代理或“副手”，在其他情况下，它只是产生指向对象的导向性（directness）或指称性（CP 2.273；CP 3.361；CP 1.564）。相对于决定过程，再现过程的运动方向是相反的，它是一种行为或关系，在其中，一件东西代表另一件东西，以至于出于某些目的，前者被某些主体或解释心灵认为是后者。在再现过程中，解释项所形成的再现受到以下事实的限制：符号与对象之间必须存在某

□ 符号与传媒 (30)

种先验的“再现”关系，才能使再现性的符号活动完全成为可能。

在再现过程中，符号同样具有媒介化的作用。这种媒介化具体体现在皮尔斯在理论后期从解释项角度对符号的分类。皮尔斯指出，符号除了具有呈现品格以及再现能力，还具有解释能力（CP 1.542）。这种符号能力可以使它去指导或者去决定它的解释项，使它们把对象解释集中在某个特定的焦点之上。因此，根据符号与解释项的关系，符号可以是呈符（rheme）、申符（dicent）和论符（argument）。具体来说，呈符倾向于让它的解释项去关注符号自身的品质，而非符号所可能具有的法则特性；申符可以使得解释者去关注符号之中的信息；论符的解释会指明它与其他符号之间存在一种系统的、推论的或者法则式的联系，会让其解释项去关注符号的推论形式，或者规则性的品格。

从两种向量的角度来看，符号活动（semiosis）在本质上就是符号的一种双向媒介化过程。符号会在两个向量上同时进行两种表意活动，即决定性的因果过程和再现性的综合创造过程。而在这两个向量上的符号表意过程中，符号自身都充当媒介并且发挥相应功能。符号的媒介化定义可以在如下几个方面帮助理解皮尔斯后期符号学理论的发展：

首先，符号媒介化是理解皮尔斯后期解释项分类学说的关键。既然符号媒介化是对象经由符号把实际的效力（形式、能量、意义）传播给解释项，那么因为每个符号过程的媒介化效果不同，所以产生的效力也就不同。因此，解释项可以是一种解释潜力、实际效果、解释目的，还可以是直接的感觉、施行的效力以及一种解释习惯。基于这一逻辑，皮尔斯在理论后期开始进行更加复杂的解释项三分法探索。据李斯卡（Liszka, 1996, p. 123）统计，皮尔斯在1900年至1909年期间对解释项至少进行了十多次三分尝试。例如：“直接解释项”“动力解释项”与“最终解释项”；“意向解释项”“效力解释项”与“交际解释项”；“情绪解释项”“能量解释项”与“逻辑解释项”；等等。

其次，在双向媒介化过程中，无论是符号的对象还是其解释项，都需要调动发出者与接收者的间接经验和解释经验。符号在此过程中并非被动的载体中介，它通过来回试推融合发送者与接收者的共同心灵，融合内部与外部的经验，由此成为一种意义丰富的、基于双向交流的媒介文本。皮尔斯在1909年指出，对象可以分为直接对象与动力对象。所谓直接对象就是符号所直接再现的对象，而动力对象则是外在于符号过程的对象，后者真正地决定着符号（CP 8.314）。皮尔斯形象地说，“动力对象是生父，而直接对象是它

指认的父亲”（CP 8.314）。他一再强调，动力对象与解释者的间接经验、间接知识、语境知识相关。任何符号媒介化过程，都会把符号外部的社会语境、现实关联到表意过程之中。因此，所谓符号的意义，必然是使用的意义、符用的意义。这表明符号不仅是连接符号过程内部各要素的中介，更勾连起符号的外部语境和间接经验，由此预见着一套新的符用意义论体系。

最后，媒介概念为我们进一步思考皮尔斯后期成熟的实效主义理论打开了大门。皮尔斯的媒介概念指向了批判的常识主义、自我控制的观念和其他规范性关注。我们生在一个充满意义的宇宙并始终处于符号活动之中，因此我们不会把自己的符号活动角色降低为一个现成世界的被动接受者。我们的习惯可以成为批判性反思的对象，从而使一种实体的或元符号层次的符号活动成为可能；我们可以审视并改进我们的符号交流习惯，但这也只能通过符号活动自身之中进行抽象和投射来实现。此点笔者将在后文详谈。总之，皮尔斯的符号媒介概念是一个复杂的符号过程，涉及反思性理解、自我控制和内在性的可能性。

三、传播目的论：符号作为媒介之内在动力

符号作为媒介，显然不只是传递形式或意义的载体。皮尔斯在1906年所写的《实用主义基础》（“The Basics of Pragmatism”）一文中，对这一机制进行了重要解释。他指出：媒介是“某物A，被某物N影响，进而去影响某物I，由此I被N决定。因此，我可以这样说经由A且只有经由A，I才会被N影响”（Peirce, 1998, p. 390）。此处，A之所以是媒介，是因为N的作用力经由A传播给了I。因此，作为媒介的符号会再现或指称某个对象，但又不是简单地与该对象相对应，而是通过解释项与其发生联系。

可以看出，皮尔斯对媒介化机制的上述表述与他对符号活动的定义相一致。这两个概念都同时在1906年出现，但“符号活动”这个术语在皮尔斯手稿中只出现过一次（MS 318），频率远低于“媒介”。他指出：

符号活动是一种活动（action）或一种影响（influence）；它是一个包含三个主要构件——符号、符号的对象、符号的解释项——的合作过程（coöperation）。而这种三元相互关系式的影响，在任何情况下都不可能拆分为二元一组的活动过程。（CP 5.484）

该定义很好说明了任何符号活动首先必须是一种具有意向性的“目的过

□ 符号与传媒 (30)

程”(Peirce, 1976, p. 254), 符号因此才可能作为媒介把对象和解释项连接起来。这种目的性活动之所以可能, 是因为第三项即解释项的存在(Ransdell, 1992)。根据皮尔斯的论述, “三元关系是一种心智关系”, 解释者的解释能力让符号成为传达对象意义的媒介。同时, 既然三元关系是不可拆分的, 那解释者对符号的解释也必然受到对象的影响。因此, 符号传播过程是一种来回试推的表意行为。

皮尔斯举例说明, 二元机械活动与三元媒介化互动的根本区别, 就是后者具有目的性和意向性: “让我来提醒下你有关动力(二元)活动与心智(或三元)活动的区别。事件 A 可以通过强力(brute force)产生事件 B, B 也可以通过强力产生事件 C; 但是事件 C 通过事物 B 将会产生的那种事实, 对 B 通过 A 所产生的那种事实没有任何影响……这就是二元活动, 之所以如此称呼是因为它的每一步都关涉一组对象。”(CP 5. 472)

可以用皮尔斯最喜欢的例子“礼物”来说明这种目的论关系。皮尔斯说符号的这种表意或媒介功能, 就类似于礼物交换中的馈赠关系(CP 1. 363; SS 29)。礼物脱离了馈赠关系就不是礼物, 礼物让馈赠者和收礼者彼此处于某种有意的关系之中。换言之, 馈赠是基于三个相关关系展开的。礼物不仅仅是一种载体, 更是关系中不可分割的一部分; 没有礼物, 就没有真正意义上的赠予者, 也没有收礼者。这个事实不能简化为二元关系。同理, 符号也是作为统一或综合的力量, 发挥着第三性的媒介作用(CP 1. 378; CP 6. 32; Peirce, 1976, p. 295)。因此, 符号如礼物一样, 不是透明、被动的载体, 而是交流主体(发送者/接收者)的潜在融合(EP 2: 389)。因此, 符号经由发送者/接收者这种“心灵的焊接”(welding of minds), 建立了真正的社会身份或社群(EP 2: 338; CP 4. 551)。

在上述意义上, 符号媒介化之内在动力, 就是以目的性为突出特征的符号活动过程。这种目的, 究其根本, 就是传播双方在符号过程中实现充分的相互理解。在皮尔斯后期的手稿中, “共同心灵”(commens)与“交际解释项”(communicational interpretant)等概念就是要说明传播的目的论问题。如皮尔斯在维尔比手稿中的一段解释: “存在着意向解释项(Intentional Interpretant), 它决定着发送者(utterer)的心灵; 效力解释项(Effectual Interpretant), 它决定着解释者(interpreter)的心灵; 而交际解释项(Communicatioanl Interpretntant)或曰共同解释项(Cominterpretant)则决定的是, 发送者与解释者为了使交际得以发生而相互融合(fuse)而成的心灵。可以把这种心灵称为共同心灵(commens)。它包含发送者与解释者在最初就

充分理解以及必然会充分理解的所有东西，从而使得正在交流的这种符号可以发挥其功能。”（Peirce, 1977, pp. 196 - 197）

“共同心灵”意味着传播符号活动需要一定程度的共同基础，这可以作为交流的起点。换言之，符号交流活动不是在真空中发生，它必然关涉先前经验和语境实践。按皮尔斯原话，“它包含发送者与解释者在最初就充分理解以及必然会充分理解的所有东西，从而使得正在交流的这种符号可以发挥其功能”，这种“东西”即间接经验（collateral experience）（CP 2. 536；CP 3. 621）。同时，符号交流与传播过程指向交际解释项（communicational interpretant）。交际解释项就是对某个主题的最佳理解，它在最理想情况无限接近（等同）并真正理解符号活动的对象，类似于皮尔斯另一个概念“最终意见”（final opinion），即符号探究过程中最终确立或被最终揭示出来的真相。如皮尔斯所言：探究之最理想的理解结果是让进一步质疑失去意义。皮尔斯认为，这种理想的符号传播过程是一种固有的社会生活方式，它的最佳代表就是科学探究。

不过，实际的传播互动中，解释双方总是存在一定的解释余地。完全的相互理解是不可能的，“没有一个符号是完全确定的”（CP 4. 543）。但在皮尔斯看来，我们通过传播与交流建立起习惯，让我们能够在共同的言述宇宙内合作探究（Peirce, 1998, p. 393；Peirce, 1998, p. 420）。在此意义上可以说，皮尔斯所谓符号是“形式（form）之传播的媒介”（MS 793：1 - 3），这里形式可以理解为解释习惯。我们可以说两个人拥有或体现了相同的习惯意义形式，而不必声称他们采纳或发展了完全相同的意义。因此，虽然在实际生活中不能实现完全的理解，但我们依然存有可激发性辩论和社会探究的希望。这也是皮尔斯传播哲学之核心要义。

四、符用意义论：皮尔斯后期媒介与传播哲学观之本质

皮尔斯符号学被认为是一种传播符号学，核心是因为他把交流与传播的思想贯穿到符号学体系之中（赵星植，2017；Bergman, 2009；Lizska, 1996）。从符号媒介的角度来看，这种动态传播观成形的本质，是皮尔斯用媒介置换“符号”，由此建构一套以媒介传播为核心的符号活动。

符号即媒介是皮尔斯一直以来的想法，也是他区别于索绪尔的关键所在，只是他在理论前期没用“媒介”这一术语。符号学界一直在讨论皮尔斯与索绪尔符号学模式的差异与联系。笔者认为，索绪尔模式是一种“构成论”，

皮尔斯模式则是以符号媒介化活动为核心的“关系论”或“关联论”。

索绪尔构成论是指符号由能指与所指两个部分组成，它们如同一个硬币的两面，一个符号的能指就必然会指向一个所指，二者的关系特点是“任意性”（arbitrariness）。这导致符号传播研究的中心被放在文本、结构和系统中，成为后来学者批评符号学结构主义倾向的关键所在。皮尔斯的符号概念则是关系论的。我们有时把皮尔斯的符号概念理解为由再现体、对象、解释项组成的构造体。该说法并不准确，因为这又回到了索绪尔式的构成论，只是多了一项。皮尔斯认为符号是一个无需拆分的整体，它只能在符号-对象-解释项的这种三元关系（triadic relation）中才会被认定为符号，任何事物，只要位于这种三元关系之中，都可以被视为符号。

所以，皮尔斯对符号的定义，重点不在符号本身，而在符号表意的三元关系。这种三元关系的本质就是符号即媒介。符号“必然与如下事物处于一种三元关系之中，即可以决定它的对象，以及它能决定的解释项”（MS 793: 1-3, 1905），因而任何事物都可以成为符号，只要它在表意活动中同时充当对象与解释项的媒介。因此，符号媒介论与符号三元关系学说就是一个问题的两个方面，只不过符号媒介论的形式让皮尔斯后期成熟的符号学理论中的关键理论、关键概念得到了合理解释。

在上述意义上，皮尔斯在学术后期考虑采用“媒介”代替“符号”，表明他的符号学已经逐渐与其实效主义思想融合，进而转向传播学，最终形成一种具有革新意义的符用意义论。这种融合的学术意义同样是双向的：一方面让其符号学展现出强烈的交流性和社群性；另一方面让其实效主义区别于同时代其他实用主义，成为一种强调符号具体使用与传播的意义理论。

皮尔斯通常被认为是实用主义的开山鼻祖。事实上，皮尔斯在提出这一术语之后，在很长一段时间内没有公开宣扬，而世人也没有注意到该词的重要性。直到 19 世纪末，皮尔斯的挚友、哈佛大学教授詹姆斯（William James）首度公开使用该词并提出类似的主张，很快引得美国本土学者的拥护，并发展成一场蔚为壮观的哲学思潮，“实用主义”一词才再度引起皮尔斯的关注。

随着“实用主义”一词的普及与推广，皮尔斯对这一术语越来越偏离他的初衷感到不安。这导致他晚年不得不为自己的学说进行辩护。皮尔斯在 1905 年发表在《一元论者》上的《何谓实用主义》一文中明确表示担忧，并提出用“pragmatism”（实效主义）一词阻止实用主义的滥用之风：“笔者发现他的小孩‘实用主义’（pragmatism）被如此推销，于是感觉到是时候跟

他的孩子吻别将其交与其命运之神了；而正是为了达到其原有定义的目的，他开始宣告‘pragmatism’（实效主义）一词的诞生，这一词语相当丑陋，可以放心地防止被诱拐。”（Pierce, 1998, pp. 334 - 335）

皮尔斯的实效主义作为一种意义理论，与符号学密不可分，其根本任务是“廓清思维”与“明晰观念”。皮尔斯延续洛克的观点，认为符号学即逻辑学，是因为逻辑学的本质就是厘清我们的思维，清除意义模糊性。实效主义准则作为一种廓清思维的意义总原则，其本质就是强调在符号的具体传播与实用实践中确定其意义。

或许用“符用意义论”来概括皮尔斯的实效主义及其符号媒介论，更能表达皮尔斯思想的原初含义。这直接体现在其有关“符号生长论”（growth of symbols）的讨论之中。皮尔斯指出，符号是可以生长的，它们从其他符号中发展而来；我们只能在符号之中思考。如果一个人创造了一个新的符号，那是通过涉及概念的思想。因此，只有从符号中才能生长出新符号。正如皮尔斯的名言：“所有符号都来自其他符号（Omne symbolum de symbolo）。”（CP 2. 302）这表明，符号一旦形成，就会在符号使用者中传播。而在使用和经验中，它的意义就会生长。正如下面这段手稿：

每个符号在非常严格的意义上都是一个生命体，这不仅仅是个比喻。符号的形式缓慢地改变，但它的意义不断生长，吸收新的元素并丢弃旧的元素。但所有人的努力应该是保持每个科学术语本质确切的稳定，尽管要做到绝对确切是很难想象的。每个符号在起源时，要么是所指思想之图像，要么是与其意义相关的某个个别事件、人物或事物的回忆，或者是一个隐喻。（Pierce, 1998, p. 264）

皮尔斯早在1861年就指出，“我相信通过特定的应用来锚定我们的词语，并让它们随着我们应用它们的事物的概念进展而改变其含义”（Pierce, 1982, p. 58）。这具体是说，我们在探究中寻求有关指称物更具体的知识。指称不是完全脱离概念而存在的，但它至少在很大程度上独立于我们可能形成的有关指称物更具体的想法。而这些想法成为术语的含义的一部分——不是主要为了固定其指称，而是为了使符号在我们无数的实际目的和科学探究中更有用且更有意义。

进一步推之，符号的指称意义在很大程度上独立于我们的想法，因此使用符号扩大了我们的思想。而当社会上多数人的思想随之扩大，符号在我们的生活中就变得更有用，更有意义。使用促进符号生长，而符号生长反过来

□ 符号与传媒 (30)

促进社会意义扩容。

从前文所提及的传播目的论来看,道理依然如此。符号作为媒介,本质上是一个目的,也就是一个使自身明确的再现。由于目的总是不确定的,但只能以某种确定的方式实现,因此我们可以预期,在存在目的的情况下,符号总会向着意义明确的方向发展。在此意义上,皮尔斯的传播符号学一再强调科学探究方法。科学中符号的目的就是促进符号的生长。理论引导探究,以便在其中改进。显然,在皮尔斯看来,这种生长是朝着真相的方向的。反过来说,符号生长,也让真相成为一种理想的极限(Liszka, 2019)。因此,生长成为符号的本质。这就是皮尔斯的实效主义所强调的意义之“使用”的含义。

基于以上原因,皮尔斯指出,符号获得使用意义是有目的性的。符号具有使用意义,因为假如说话者知道接收者会如何解释这个符号,他便可以用该符号来传送特定的意义。使用就是“在向解释者的思维中施加一种力量的有意的行为,这种力量趋向于使其相信这个命题”(Peirce, 1976, p. 249)。这就是皮尔斯原本意义上的符用论或实效主义,是我们“弄清困难的词和抽象概念的方法”(Peirce, 1998, p. 400)。

实效主义显然与其后期的符号媒介论一脉相承。皮尔斯实效主义表明:符号意义的可验证性和确定参照是次要的关注点,这是因为对意义的枚举验证条件是没有尽头的。因此,把符号视为媒介,就是要强调符号使用者需要重视符号应用过程中新的发现,导致新的验证条件被不断地添加进来。因为一个符号作为连接符号活动内外部的媒介,其意义在于它的潜力,等待着在使用中被确定。

综上,从符号媒介论到传播目的论,再到更为宏观的符用意义论,皮尔斯的学说都一再强调符号的意义在于使用,具体是指符号使用者在探究社群中通过交流与互动获致其意义。这实际上是把人类的所有符号认知活动设想为一种社群活动,进一步暗示着一种普遍交往活动的存在。这表明社群为所有人人类求知活动提供了一个交流与传播的平台,它鼓励理性的怀疑,并推动对怀疑之解答的交流。这也就把符号学与传播学经典命题关联起来:传播者为了获取符号的终极意义,如何形成相互合作的意义社群,进而进行科学、有效的公共讨论。

引用文献:

胡易容,韩嘉祥(2022). 艺术符号媒介论纲. 符号与传媒, 1, 73-86.

- 唐小林 (2015). 符号媒介论. 符号与传媒, 2, 139 - 154.
- 赵星植 (2017). 论皮尔斯符号学中的传播学思想. 国际新闻界, 6, 87 - 104.
- Bergman, M. (2009). *Peirce's Philosophy of Communication: The Rhetorical Underpinnings of the Theory of Signs*. London: Continuum.
- Habermas, J. (1995). Peirce and Communication. In K. Ketner (Ed.), *Peirce and Contemporary Thought: Philosophical Inquiries*, 243 - 266. New York: Fordham University Press.
- Jensen, K. B. (2022). *Media Convergence: The Three Degrees of Network, Mass, and Interpersonal Communication*. London: Routledge.
- Liszka, J. J. (1996). *A General Introduction to the Semiotic of Charles Sanders Peirce*. Bloomington: Indiana University Press.
- Liszka, J. J. (2016). How Signs Convey Information: A Peircean Approach. *Chinese Semiotic Studies*, 12 (1), 45 - 66.
- Liszka, J. J. (2019). Peirce's Convergence Theory of Truth Redux. *Cognitio: Revista de Filosofia*, 20 (1), 91 - 112.
- Parmentier, R. J. (2016). *Signs and Society: Further Studies in Semiotic Anthropology*. Bloomington: Indiana University Press.
- Peirce, C. S. (1931 - 1958). *The Collected Papers of Charles Sanders Peirce*, vols. 1 - 8. Cambridge: Harvard University Press.
- Peirce, C. S. (1976). *The New Elements of Mathematics*, vol 4. Berlin: De Gruyter.
- Peirce, C. S. (1977). *Semiotic and Significs: The Correspondence between Charles S. Peirce and Lady Victoria Welby*. Bloomington: Indiana University Press.
- Peirce, C. S. (1982). *Writing of Charles S. Peirce: A Chronological Edition*, vol. 1. Bloomington: Indiana University Press.
- Peirce, C. S. (1998). *The Essential Peirce: Selected Philosophical Writings*, vol. 2. Bloomington: Indiana University Press.
- Pietarinen, A. V. (2006). *Signs of Logic: Peircean Themes on the Philosophy of Language, Games, and Communication*. Dordrecht: Springer.
- Queiroz, J., & El-Hani, C. (2006). Semiosis as an Emergent Process. *Transactions of the Charles S. Peirce Society*, 42 (1), 78 - 116.
- Ransdell, J. (1992). Teleology and the Autonomy of the Semiosis Process. In M. Balat & J. Deledalle-Rhodes (Eds.), *Signs of Humanity*, vol. 1. Berlin: Mouton de Gruyter.
- Short, T. L. (2007). *Peirce's Theory of Signs*. Cambridge: Cambridge University Press.

作者简介:

赵星植, 博士, 四川大学外国语学院教授, 博士生导师, 四川大学符号学 - 传媒学

□ **符号与传媒 (30)**

研究所成员，主要研究方向为皮尔斯符号学、传播符号学和符号人类学。

Author:

Zhao Xingzhi, Ph. D. , professor at College of Foreign Languages and Cultures, doctoral supervisor, Sichuan University, member of ISMS Research Team. His recent research fields mainly cover Peircean semiotics, semiotics of communication and semiotic anthropology.

Email: xingzhi.zhao@scu.edu.cn